

## BAB III

### RANCANGAN KARYA

#### 3.1 Tahapan Pembuatan

##### 3.1.1 Metode Pengumpulan Data

Riset dilaksanakan dengan teknik pengumpulan data melalui survei. Survei dilakukan dengan menyebarkan kuisioner kepada responden yang menjadi target peserta dari seminar daring, melalui *google form*. Target peserta dari seminar daring ini adalah remaja hingga dewasa di Indonesia, dengan mempertimbangkan masyarakat yang banyak menggunakan media sosial Instagram, berada di umur 18-24 tahun. Target peserta seminar daring adalah 50 peserta dengan media pelaksanaan melalui *Zoom Meeting*.

Survei pada seminar daring ini dilakukan pada post-test *event*, yang disebar kepada peserta yang hadir. Survei berisi kuisioner yang disusun dengan pertanyaan untuk mengevaluasi penyelenggaraan seminar daring *Flawsome*.

Seminar daring *Flawsome* dibagi menjadi tiga, yaitu *pre-event*, *event*, dan *post-event*. Pada *pre-event*, mempersiapkan perencanaan, baik itu survei mengenai topik, menerjemahkan ide menjadi konsep, penyusunan konsep, desain, *budgeting*, *rundown*, *talent*, hingga teknis. Pada *pre-event* juga dipersiapkan kampanye melalui media sosial Instagram dengan konten berisi pengertian, fakta, *fun fact*, tips, dan *quotes* mengenai *body positivity*,

yang bertujuan untuk menarik *awareness* dan memberikan informasi serta edukasi bagi peserta.

Selanjutnya dilanjutkan dengan tahap produksi/ penyelenggaraan *event*, dengan memastikan seluruh persiapan dapat di eksekusi pada saat penyelenggaraan. Pada penyelenggaraan *event* yaitu seminar daring *Flawsome* yang mengambil topik *body positivity* dengan topik “*Does Loving Ourself Mean We Necessarily Stop Taking Care of Our Body?*”, yang dilaksanakan pada Jumat, 16 April 2021. Kedua pembicara dari seminar daring memberikan pandangan yang berbeda dari sudut pandang keahlian masing-masing mengenai *body positivity*, cara mengatasi *insecure*, serta cara menjalankannya, yang juga dilakukan secara interaktif dengan peserta sebanyak 56 peserta, beserta rekan media, dan tamu undangan.

Terakhir yaitu *post-event*, yaitu tahap terakhir dari pelaksanaan *event*, dengan mengukur keberhasilan *event*, melalui evaluasi, dan penyusunan laporan. Pada *post-event*, dilakukan evaluasi terhadap kegiatan seminar daring *Flawsome*, mulai dari topik, pembicara, hingga kelancaran seminar daring *Flawsome*. Evaluasi dilakukan guna menilai keberhasilan dari seminar daring, serta dapat memperbaiki kesalahan untuk kegiatan mendatang.

### **3.1.2 Tahapan Pembuatan Seminar Daring**

Tahapan pembuatan seminar daring ini merujuk pada empat hal yang harus diperhatikan dalam proses perancangan *online event* (seminar daring) menurut Sharan dan Carucci (2014, hal. 45-59), yaitu :

## 1. *Establishing The Goals Of Your Online Seminar*

Tema dari pelaksanaan seminar daring *Flawsome* adalah menerapkan *body positivity* yang tepat, dengan *goals* semakin banyak orang dapat menerapkan *embrace your flaws*. Tujuannya tidak hanya agar paham mengenai *body positivity*, namun juga melaksanakan dengan menerima kekurangan diri, juga mencintai tubuh dengan tetap menjaga dan merawat tubuh, serta kesehatan mental maupun fisik.

Pada akhirnya diharapkan peserta dapat menghargai diri sendiri maupun orang lain, sehingga mengurangi tindakan *body shaming*, perasaan rendah diri, masalah kesehatan (obesitas, anoreksia), depresi, dan penyakit mental lainnya.

## 2. *Picking The Format That Works For You*

Seminar daring ini, akan dilaksanakan dalam bentuk virtual, yang berarti MC dan moderator, pembicara akan berada di tempat masing-masing, serta peserta akan hadir secara virtual (*zoom meeting*).

- *Interview Style :*

Tanya jawab dalam seminar daring akan dilakukan secara bergantian kepada dua pembicara yang dipandu oleh moderator, dengan pertanyaan disebutkan langsung dengan *open mic* oleh peserta.

- *Real Times Audience Data*

Seminar daring ini akan memberikan fakta yang kongkrit setelah melalui survei secara langsung. Format ini menciptakan interaksi

dengan peserta agar tidak membosankan dan mendapatkan umpan balik dari peserta, dapat dilakukan melalui :

- a. Melakukan *polling* peserta dengan pertanyaan mengenai seberapa jauh mencintai diri sendiri, merasa dirinya menarik, dan berharga.
- b. Melakukan *quiz* melalui Zoom Meeting, untuk menguji apakah ingin menukar diri yang sekarang dengan tipe idealnya.
- c. Setelah melakukan survei singkat, diberikan pemaparan bagaimana melakukan *self acceptance*.

### 3. *Selecting the Talents*

Seminar daring ini akan dipandu oleh MC yang sekaligus menjadi moderator. Selain memerlukan MC dan moderator, diperlukan pemilihan pembicara yang tepat sesuai dengan topik. Setelah melakukan berbagai riset, pembicara yang dianggap tepat untuk seminar daring ini adalah model Asia's Next Top Model Cycle 5, yang saat ini merupakan seorang model dan Body Positivity Advocate, Clara Sutantio. Clara merupakan model yang peduli akan isu *body positivity* dalam hampir setiap publikasinya di sosial media Instagramnya, yang sesungguhnya cukup bertolak belakang dengan *image* sebagai model. Dengan *followers* sebesar 156 K, diharapkan Clara dapat memberikan pengaruh yang positif dan massif bagi peserta seminar daring.

Pembicara kedua yaitu Psikolog Klinis, Alexandra Gabriella A., M.Psi, Psi., C.Ht, C.Est, dinilai pekerjaannya sesuai dengan tema dari seminar daring *Flawsome* yang ingin memberikan gambaran dari sisi ahli, mengenai *body positivity* pada saat seminar daring. Alexa juga merupakan psikolog yang berfokus pada *emotional feeling* yang ahli dalam bidang hipnoterapis. Alexa sering diundang oleh media TV, dan telah mengisi banyak seminar mengenai bidang yang bersinggungan dengan psikologis.

#### 4. *Structuring the Online Seminar*

Dalam menyusun struktur dalam seminar daring, dibutuhkan perhitungan waktu (*timeline*) agar seminar daring dapat berjalan sesuai dengan rencana.

**Tabel 3.1 Tabel *Timeline* Pelaksanaan Seminar Daring *Flawsome***

| Keterangan   | Waktu       |             |             |             |
|--|-------------|-------------|-------------|-------------|
|  | Feb<br>2021 | Mar<br>2021 | Apr<br>2021 | Mei<br>2021 |
| Persiapan <ul style="list-style-type: none"> <li>• Recruit tim <i>design</i></li> <li>• Membuat proposal acara</li> <li>• Menyusun <i>communication plan</i> untuk media sosial</li> </ul> |             |             |             |             |

|  |  |  |  |  |
|--|--|--|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Menghubungi pembicara</li> <li>• Menghubungi partnership</li> </ul> |  |  |  |  |
| Publikasi di media sosial mengenai seminar daring dan pendukung promosi                                      |  |  |  |  |
| Pelaksanaan seminar daring   |  |  |  |  |
| Survei akhir seminar daring (evaluasi)   |  |  |  |  |
| Pembuatan laporan  |  |  |  |  |

- *Gauging The Size Of Your Audiences*

Target peserta dalam seminar daring adalah lima puluh orang. Promosi seminar daring untuk menarik dan mengundang peserta dilakukan melalui media sosial Instagram, media partner, dan *E-mail blast UMN*.

- *Determining The Proper Length*

Durasi seminar daring dilaksanakan selama dua jam, dengan masing-masing sesi pembicara memaparkan topik sebanyak 30 menit, dan sesi tanya jawab total 30 menit. Dengan total sesi materi dan QnA selama 90 menit. Sisa waktu diperuntukan untuk *opening*, kata sambutan, *doorprize*, dan kegiatan lainnya.

- *Having All Your Content Ready*

Memastikan segala persiapan sudah selesai sebelum seminar daring dilaksanakan, seperti materi pembicara telah tersedia, peralatan (laptop,

lighting, dan lainnya), dan zoom meeting untuk terhubung dengan peserta telah tersedia.

- *Making Sure Time Is Properly Allocated*

Penyelenggara, MC, dan pembicara melakukan gladi resik untuk meminimalisir kesalahan dan memastikan seminar daring dapat berjalan sesuai *rundown*, serta melakukan pengecekan teknis terkait media untuk seminar daring.

Terdapat 3 tahap dalam penyusunan struktur dalam pelaksanaan seminar daring, yaitu :

- a. Pembukaan

Presenter/MC membuka acara dengan menyapa peserta dan pembicara, serta memaparkan sedikit mengenai sesi yang akan dilaksanakan pada seminar daring.

- b. Isi

Moderator memandu kegiatan seminar daring, dengan memberikan kesempatan bagi pembicara untuk menyampaikan topik, yang disertai dengan mini survei, kemudian melakukan sesi tanya jawab.

- c. Penutup

Pada akhir seminar daring diperlukan evaluasi untuk melihat tingkat keberhasilan seminar daring. Maka evaluasi akan dilihat berdasarkan liputan media yang diundang maupun tidak diundang dalam seminar daring. Perhitungan evaluasi akan dilihat berdasarkan *Public Relations Value* atau *Advertising Equivalency Value* (AEV).

seminar daring harus memiliki struktur yang disusun untuk keberlangsungan kegiatan dimulai dari menjelaskan tujuan seminar daring di awal, menjabarkan topik yang telah ditentukan, yang diikuti dengan sesi tanya jawab, lalu merangkum topik-topik yang didiskusikan.

### 3.2 Anggaran Rencana Karya

Pembuatan karya memerlukan biaya pengeluaran demi mendukung keberlangsungan seminar daring ini. Berikut perincian perkiraan anggaran pengeluaran yang diperlukan untuk pembuatan karya ini:

Tabel 3.2 Anggaran Rencana Karya

|   | KETERANGAN                    | JUMLAH       |
|---|-------------------------------|--------------|
| 1 | Acara                         |              |
|   | 1. Pembicara                  | Rp 3.000.000 |
|   | 2. Moderator dan MC           | Rp 450.000   |
|   | 3. Plakat pembicara           | Rp 260.000   |
|   | 4. Door Prize                 |              |
|   | • Flawsome                    | Rp 357.000   |
|   | • Biyu                        | Rp 495.000   |
|   | 5. E-Money                    | Rp 100.000   |
| 2 | Kesekretariatan               |              |
|   | Zoom Premium (melalui Shopee) | Rp 69.000    |



|  |                                     |              |
|--|-------------------------------------|--------------|
|  | Biaya Ongkos kirim <i>Doorprize</i> | Rp 88.000    |
|  | <b>TOTAL</b>                        | Rp 4.731.000 |

Berikut perincian perkiraan anggaran pemasukan yang diperlukan untuk pembuatan karya ini:

Tabel 3.3 Anggaran Pemasukan seminar daring *Flawsome*

|    | <b>KETERANGAN</b>  | <b>JUMLAH</b> |
|----|--|---------------|
| 1. | Sponsorship Doorprize  |               |
|    | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Flawsome</li> </ul> | Rp 347.000    |
|    | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Biyu</li> </ul>     | Rp 495.000    |
|    | Penjualan Tiket  |               |
|    | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Flawsome</li> </ul> | Rp 760.000    |
|    | <b>TOTAL</b>   | Rp 1.602.000  |

### 3.3 Target Publikasi /Luaran

Publikasi merupakan hal yang sangat penting dalam sebuah *event* untuk membantu menginformasikan dan mempromosikan kegiatan kepada publik. Kegiatan publikasi dapat menjadi alat ukur untuk mengukur sebuah keberhasilan seminar daring. Penyelenggara dapat mengetahui besaran *awareness* setelah penyelenggaraan seminar daring, serta mengetahui hasil yang diharapkan dapat mencapai target diawal. Tingkat keberhasilan dan *awareness* publik akan *event*

dilihat dari luasnya publikasi serta intensitas penyebaran informasi mengenai *event*.

Media yang digunakan untuk publikasi seminar daring *Flawsome* adalah media sosial Instagram, karena melihat adanya kemampuan Instagram yang memiliki pengguna aktif yang besar, dan dapat menyebarkan informasi secara efektif.

*Media partner* dalam seminar daring *Flawsome* terdapat media internal dan eksternal. Media internal yaitu UMN Radio, UMN TV, Kompas Corner, dan Ultimaz, sedangkan media eksternal yaitu Stylo.Id, Grid.Id, Event Mahasiswa, Layak Bahagia, sejutacita, For People Media. Total *media partner* seminar daring *Flawsome* adalah sepuluh media.